

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dan meninggalkan tempat semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud untuk menikmati kegiatan tamasya/rekreasi dan untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Pengembangan pariwisata mengacu pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 (Suprptini, 2013:2) dimana kepariwisataan diselenggarakan sejalan dengan upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan rakyat, mengatasi pengangguran dan menghapus kemiskinan, melestarikan alam, lingkungan dan sumberdaya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa, dan memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa.

Perkembangan pariwisata di Indonesia merupakan fenomena yang sedang menarik untuk diteliti, terlebih di era globalisasi terutama dalam aspek bisnis yang semakin luas jenisnya. Hal ini membuka peluang bagi pengusaha untuk berkompetisi dalam menciptakan berbagai jenis objek wisata. Berwisata ke Malang tentunya tidak terbatas oleh administratif Kota Malang saja, tapi juga Kota Batu dan Kabupaten Malang. Oleh karena itu, tiga wilayah administratif ini disebut Malang Raya. Dari tiga wilayah administratif ini memiliki berbagai macam bentuk objek wisata seperti taman kota, museum, pusat perbelanjaan,

tempat rekreasi, bukit hingga pantai. Kabupaten Malang terkenal dengan wisata pantai dan pemandian yang memiliki pemandangan yang indah dan memiliki ciri khas yang berbeda-beda.

Kota Batu yang saat ini menjadi pusat perhatian wisatawan domestik dan mancanegara memiliki ragam objek wisata sangat menarik. Letaknya yang berbukit dan memiliki panorama yang indah mendorong kunjungan di masing-masing objek wisata yang ada di kota Batu. Seperti berlomba, kota Malang sendiri memulai untuk menciptakan objek wisata baru agar dapat menarik perhatian wisatawan. Kota Malang dikenal banyak memiliki area taman kota, pusat perbelanjaan, wisata kuliner, dan beberapa tempat rekreasi yang mulai bermunculan.

Tahun 2015 dibuka satu tempat rekreasi taman air bernama Hawaii Waterpark Malang. Hawaii Waterpark ini merupakan objek wisata permainan air nomor satu di Jawa Timur, yaitu waterpark terbesar di Jawa Timur. Lokasinya berada di kawasan Perumahan Graha Kencana yang berada di pintu masuk Kota Malang dari arah Surabaya. Kemeriahan dan keseruan dari Hawaii Waterpark berhasil menyedot perhatian wisatawan dari berbagai daerah. Hawaii Waterpark Malang berupaya membuat variasi baru tempat wisata air yang cocok untuk anak, remaja, dewasa, ataupun keluarga.

Taman wisata air ini akan menyajikan tema Hawaii di seluruh area taman wisata melalui penerapan Hawaii cabana, dekorasi, dan background. Ada 10 wahana yang terdapat di Hawaii Waterpark Malang, yaitu Hawaii Water House, Waikiki Beach, Waimea Stream River, Mavi Island, Rainbow Fall, Akaolu pool,

Ekolu slide, Hula-hula slide, Water Plaza dan Wailele Slide. Dari sepuluh wahana yang ada, ada dua wahana yang menjadi unggulan di Hawai Waterpark Malang yaitu Hawai Water House dan Tsunami pool (Waikiki Beach).

Hawai Waterpark Malang menyediakan fasilitas pendukung seperti ban single atau double untuk menikmati wahana air yang disediakan. Loker pakaian dan gazebo untuk bersantai yang juga menjadi salah satu cara untuk membuat pengunjung menjadi mudah dalam menyimpan barang yang dibawa. Dalam satu area taman air ini tersedia food court dan drink court yang sangat memudahkan pengunjung ketika membutuhkan makanan atau minuman. Ada juga pusat oleh-oleh yang menjual berbagai macam snack, permen, minuman olahan susu dan lain sebagainya yang bisa dinikmati selagi bersantai maupun dibawa pulang. Terakhir, ada souvenir shop yang menjual berbagai macam keperluan berenang seperti baju renang, kacamata renang, tabir surya, shampo, sabun sampai merchandise dari Hawai Waterpark Malang.

Beragamnya tempat wisata di Malang Raya inilah yang membuat bertambahnya jumlah pengunjung datang ke Malang. Mendorong pengelola untuk bersaing memberikan kualitas pelayanan yang baik seperti dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* pada tempat pemberi jasa tersebut dengan upaya membuat pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan pada objek wisata tersebut. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Tingkat kepuasan pengunjung diperoleh dari perbandingan pelayanan yang nyata di terima pengunjung, dengan nilai kualitas yang sebelumnya diharapkan. Sehingga asumsi umum akan berlaku “pelayanan yang baik adalah pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen” (Tjiptono, 2004).

Menurut Kotler (2012:49) mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Berdasarkan penelitian oleh Omar (2014) berupa, *The Impact of Service Quality on Tourist Satisfaction: The Case Study of Rantau Abang Beach as a Turtle Sanctuary Destination*. Menegaskan bahwa *destination image, support services and security, cleanliness and facilities* akan secara langsung mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hasil lain juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap kepuasan wisatawan.

Penelitian dengan pembahasan yang sama dilakukan oleh Ambar Kusuma Astuti (2017) studi pada kepuasan wisatawan di kawasan wisata Dlingo, Yogyakarta dengan hasil pengujian, variabel tangibilitas, ketanggapan, dan empati berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan wisatawan. Sedangkan variabel keandalan dan jaminan tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan.

Dalam kondisi seperti ini, perusahaan wisata akan selalu menyadari akan pentingnya faktor pengunjung. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para pengunjung sangatlah penting. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan berujung pada nilai yang akan diberikan oleh pengunjung mengenai kepuasan yang dirasakan. Menurut Kotler dan Keller (2008) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi pembeli.

Setiap perusahaan dalam memasarkan objek wisata pasti memiliki tujuan yaitu bagaimana pengunjung merasa puas atas pelayanan dan *experience* yang diterima. Tetapi setiap pengunjung memiliki perasaan puas yang berbeda pada setiap aspek pelayanan yang ada di objek wisata tersebut. Lupiyoadi (2013) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang yang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang telah diharapkan.

Perusahaan Objek wisata perlu mencari cara untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan karena kualitas layanan yang buruk akan membuat pengunjung merasa tidak puas dan memutuskan untuk tidak kembali lagi. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan berkunjung kembali serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk datang ke tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Fenomena kepuasan pengunjung karena adanya faktor kualitas pelayanan yang diterima, seorang pengunjung A merasa terkesan berkunjung di sebuah objek wisata museum. Dia merasa bahwa para karyawan yang bertugas di objek wisata tersebut sangat baik serta selalu tersenyum dalam melayani pengunjung yang

datang. Para karyawan tidak membedakan apakah seorang pengunjung adalah anak-anak remaja ataupun dewasa dengan tetap memberikan informasi yang sama dengan cara yang menarik. Karyawan juga senantiasa menolong pengunjung apabila diminta bantuan untuk misalnya mengambil gambar.

Contoh fenomena kepuasan pengunjung yang berbeda adalah seorang pengunjung B merasa kecewa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh salah satu objek wisata. Pengunjung datang dengan rasa penasaran bersama temannya akan objek wisata tersebut. Setelah sampai di area objek wisata yang dituju pengunjung mulai bingung dengan tampak depan area wisata yang berbeda dengan yang dilihat di internet. Dengan pelayanan karyawan yang juga membingungkan pengunjung memutuskan untuk tetap masuk dan membeli tiket. Setelah masuk ke area tempat wisata pun pengunjung sudah tidak bersemangat karena semuanya terlihat diluar ekspektasi.

Fenomena-fenomena di atas tidak jauh berbeda dengan fenomena yang terjadi pada objek wisata yang peneliti teliti. Melihat hasil ulasan atau *review* di internet peneliti melihat banyak tanggapan beragam yang dilihat dari beberapa aspek. Selain itu, saat masa *high season* tiba kadangkala terjadi membludaknya pengunjung yang datang, sehingga banyak pengunjung yang tidak mendapat tempat duduk yang nyaman, untuk menaruh barang atau sekedar menunggu anak-anak mereka bermain. Hal ini tentu saja dapat mengurangi kepuasan pengunjung yang datang pada waktu tersebut.

Menyadari pentingnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung atau wisatawan yang mengunjungi suatu objek wisata, peneliti ingin

mencari tahu kepuasan yang dirasakan pengunjung pada objek wisata yang masih berusia muda Hawai Waterpark Malang dilihat dari segi pelayanan yang diberikan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas dan berpijak pada penelitian yang sudah ada dengan membuktikan pada lokasi yang berbeda, penulis tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA HAWAI WATERPARK MALANG "

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka diarahkan untuk mencapai tujuan dengan rumusan masalah :

1. Apakah dimensi kualitas pelayanan *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung ?
2. Apakah dimensi kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini mengacu pada perumusan masalah, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap kepuasan pengunjung Hawai Waterpark Malang.

2. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung Hawai Waterpark Malang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Manajemen Objek Wisata Hawai Waterpark Malang
  - a. Hasil penelitian dapat dijadikan gambaran tentang keadaan dan kemampuan sumberdaya yang ada, juga untuk kemungkinan pengembangan maupun hambatan-hambatan yang dihadapi oleh suatu bidang yang sedang dikelola oleh instansi atau perusahaan yang bersangkutan.
  - b. Hasil penelitian dapat memberikan masukan serta bahan pertimbangan dalam membuat sebuah keputusan ataupun menyusun kualitas dan strategi bagi instansi atau perusahaan yang bersangkutan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan pengetahuan untuk penelitian – penelitian dibidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan strategi pengembangan pariwisata.